



UFRJ

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**HENRIQUE JOSÉ COSTA DO NASCIMENTO
DRE 114037701**

**A CRIAÇÃO DE UM CAPITALISMO SUSTENTÁVEL ATRAVÉS DO CONSUMO
COLABORATIVO**

**RIO DE JANEIRO
2018**

HENRIQUE JOSÉ COSTA DO NASCIMENTO

DRE 114037701

**A CRIAÇÃO DE UM CAPITALISMO SUSTENTÁVEL ATRAVÉS DO CONSUMO
COLABORATIVO**

**Monografia apresentada à Faculdade de
Administração e Ciências Contábeis da
Universidade Federal do Rio de Janeiro, como
parte dos requisitos necessários à obtenção do
título de bacharel em Administração.**

Orientador: Prof. Dr. Renato Nunes Bittencourt

RIO DE JANEIRO

2018

Dedico este trabalho, primeiramente a Deus, e também à minha família, que sempre lutou e não mediu esforços pela minha formação, educação e caráter.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, antes de tudo, pela vida e pela enorme vontade de vivê-la. Agradeço também a Deus por tudo o que me proporcionou desde sempre, e por estar sempre junto de mim, me guiando e me iluminando.

Agradeço aos meus pais, e à minha família, por me ensinarem a ser um homem honesto, íntegro e temente a Deus. Agradeço por todo o apoio que eles sempre me deram, em todas as situações, tanto nos momentos ruins quanto nos momentos bons. Sou grato por sempre terem lutado pela minha educação, pela minha formação e pelo meu crescimento, pessoal, profissional e espiritual.

Agradeço aos meus professores, desde o jardim de infância, por terem doado de seu tempo, de seus conhecimentos e de seu amor para a minha formação. Sou eternamente grato pelo conhecimento, pela cultura e pelo caráter que eles ajudaram a formar em mim. Que Deus sempre os abençoe e abençoe às suas famílias.

Agradeço aos meus amigos e colegas, que compartilharam de muita luta, muitos medos, mas também muita dedicação, fé e conquistas. Obrigado por me encorajarem e obrigado por terem sido espelhos para que eu pudesse querer crescer e sonhar.

Obrigado a todos os profissionais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, sempre tão dedicados, solícitos e atenciosos. E um agradecimento especial ao meu mestre Professor Renato Nunes Bittencourt, que desde o primeiro momento me encorajou, me orientou e me transferiu conhecimento nessa honrosa, mas também difícil tarefa de desenvolver essa monografia. Muito obrigado, mestre!

RESUMO

Nos últimos anos, os níveis de consumo globais estabeleceram um limite para o desenvolvimento do capitalismo: a economia, mais especificamente, a forma de produção e de consumo das populações precisa mudar. Este trabalho tem por objetivo principal propor o desenvolvimento de um capitalismo mais sustentável, através da expansão da economia compartilhada e da ampliação do consumo colaborativo, com ênfase no cenário brasileiro. Para tanto, optou-se pela pesquisa de artigos de periódicos nacionais a respeito do tema da economia colaborativa, e, posteriormente, pelo estudo de autores internacionais sobre o tema. O estudo chega então à proposição de uma economia mista entre capital financeiro e capital social, alicerçada pelo consumo compartilhado, com enormes benefícios para o meio ambiente e para a sociedade de um modo geral. Além disso, a pesquisa aponta para um grande potencial do Brasil para o desenvolvimento sustentável e do consumo cooperativo.

Palavras-chave: Economia compartilhada; Consumo colaborativo; Sustentabilidade; Capitalismo.

ABSTRACT

In recent years, global consumption levels have set a limit to the development of capitalism: the economy, more specifically, the way of populations production and consumption needs to change. The main objective of this work is to propose the development of a more sustainable capitalism, through the expansion of the sharing economy and the expansion of collaborative consumption, with emphasis on Brazilian scenario. In order to do so, was opted for the research of articles from national journals on the topic of collaborative economics, and, later, by the study of international authors on the subject. This study then arrives at the proposition of a mixed economy between financial capital and social capital, based on sharing consumption, with significantive benefits for the environment and society in general. In addition, the research points to Brazil's great potential for sustainable development and cooperative consumption.

Keywords: Sharing economy; Collaborative consumption; Sustainability; Capitalism.

SUMÁRIO

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	07
1.1 Contextualização do problema	07
1.2 Objetivos	08
1.2.1 <i>Objetivo Geral</i>	08
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	08
1.3 Justificativa	09
1.4 Procedimentos metodológicos	10
1.5 Estrutura do trabalho	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 A evolução do Consumismo	12
2.2 O consumo colaborativo como resposta ao hiperconsumo	15
2.3 O conceito de sustentabilidade	18
2.4 As alternativas	22
2.4.1 <i>Mobilidade urbana colaborativa</i>	28
2.4.2 <i>Hospedagem compartilhada</i>	37
3. CONCLUSÕES	38
3.1 O surgimento de uma Economia Mista	38
3.2 A economia compartilhada no Brasil	40
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS	42

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

1.1 Contextualização do problema

Nos últimos anos, a economia global está passando por mudanças estruturais, necessárias para adaptar-se às crescentes demandas, à consequente escassez dos recursos e à necessidade de preservação ambiental. Essas mudanças também estão relacionadas à questão social, que, não de hoje, mas cada vez mais forte, urge e “grita” por uma alteração radical no sistema econômico vigente. A questão social a que se refere pode ser observada através das elevadas taxas de desemprego em diversos países, da fome e das populações desprovidas de condições básicas de higiene, saneamento e saúde, das baixas taxas de escolaridade e até mesmo analfabetismo de diversas populações em todos os continentes, além da consequente violência física e psicológica presente nas relações humanas. Essa situação representa um dos paradoxos do capitalismo moderno; pois ele propagandeia o desenvolvimento e a prosperidade, porém o que vemos na prática é um aumento gradual da disparidade entre diferentes camadas sociais das populações, ou seja, o enriquecimento cada vez mais acentuado de pequenos grupos no mundo, detentores do poder e do capital das grandes corporações; e, de outro lado, a crise se generalizando e afetando as classes médias e baixas em diferentes níveis. Também é notória a histórica desigualdade entre as nações; com os países de primeiro mundo se impondo mais e mais na economia, e os países chamados “em desenvolvimento” em uma espera que parece infundável de que este processo de desenvolvimento realmente avance. Claro! Não é interessante para quem detém o poder mundial que ele se dilua em outras “mãos”.

Como resposta ao hiperconsumo ainda dominante, e às suas maléficas consequências, temos observado crescer o consumo colaborativo. Mas, seria suficiente para reverter, ou mesmo frear, os danos ambientais e sociais causados

pelo hiperconsumo? Seria possível expandir o consumo colaborativo tornando-o a principal forma de consumo da economia mundial em um futuro não muito distante? O que esta pesquisa se propõe a avaliar e a refletir é se será possível, através do consumo colaborativo, criarmos um capitalismo sustentável. Obviamente não se pretende aqui chegar a uma resposta concreta, pois, além de ainda não existir uma conclusão definitiva para esta questão, não estamos pesquisando no campo das ciências exatas. O que se objetiva aqui é propor idéias e buscar maneiras pelas quais o consumo colaborativo possa expandir-se e propiciar um capitalismo mais sustentável, no qual a escassez dos insumos seja mais bem administrada, em que a natureza seja menos impactada e as relações sociais e produtivas sejam menos danosas à vida humana.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Propor a construção de um capitalismo sustentável através do consumo colaborativo, apontando possibilidades e desafios.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Compreender como está se dando o desenvolvimento da economia compartilhada no mundo;
- b) Analisar qual o impacto da economia compartilhada no meio ambiente e na sociedade;
- c) Observar pontos favoráveis para o crescimento do consumo colaborativo, entender quais são os desafios e as necessidades de melhorias e aprimoramento para sua consolidação, em especial no Brasil.

1.3 Justificativa

Ainda que o consumo colaborativo e a economia compartilhada tenham se desenvolvido de forma bastante acelerada nos últimos anos, e incluindo-se nesse processo de desenvolvimento o Brasil, ainda pode ser percebida uma grande lacuna no que se refere a estudos que relacionem esse crescimento do consumo colaborativo com o desenvolvimento sustentável. As iniciativas compartilhadas e colaborativas têm se desenvolvido, de certa maneira, de uma forma um tanto quanto espontânea, ou, melhor dizendo, sem um direcionamento efetivo no sentido de potencializar seus benefícios para o meio ambiente e para as pessoas.

Pode ser notada nas práticas compartilhadas e cooperativas uma grande potencialidade no sentido de criar sistemas mais limpos e menos danosos ao meio ambiente e à sociedade. A economia compartilhada surgiu como uma resposta aos efeitos e consequências do hiperconsumo que se instaurou na economia mundial nas últimas décadas, mas essa resposta pode também significar uma mudança profunda e definitiva, no sentido de criar uma nova maneira de se produzir e consumir.

No Brasil, nota-se ainda menos desenvolvimento no campo da pesquisa no que se refere ao consumo cooperativo, e isso reflete e é reflexo de como esse consumo tem acontecido no país: de modo replicado ou copiado dos modelos estadunidenses, ignorando-se muitas das peculiaridades da cultura do seu povo, do seu território e de suas características. A maioria dos artigos e trabalhos publicados no Brasil são estudos e pesquisas de obras e autores estrangeiros.

Dessa forma, o presente trabalho traz uma visão diferente da potencialidade da prática da economia compartilhada, e pretende propor novas possibilidades e desafios pouco explorados nos demais trabalhos já existentes nessa área, principalmente no que diz respeito a estudos e publicações nacionais. A intenção

é abrir caminhos para novas proposições, tanto complementares como concorrentes a cerca do tema.

1.4 Procedimentos metodológicos

Essa pesquisa se classifica como exploratório-propositiva, pois, ao mesmo tempo que busca aprofundar-se sobre um tema, através de observações e estudos do seu funcionamento, lança uma proposição como uma espécie de reflexão, fundamentada e argumentada, mas que poderá ser aprofundada e mais bem detalhada em futuros trabalhos. Desse modo, utiliza-se como estratégia a pesquisa bibliográfica.

Para tanto, o estudo foi dividido em duas etapas. A primeira consistiu na pesquisa de artigos de periódicos nacionais através da base SPELL, utilizando-se as palavras-chave “economia compartilhada” e “consumo colaborativo”. Essa fase de pesquisa teve como motivação compreender como a temática do consumo colaborativo estava sendo pesquisada no Brasil, além de identificar lacunas nesse estudo.

A partir de então, por perceber-se que quase a totalidade dos autores citados nos artigos nacionais eram estrangeiros, como Botsman, Rogers, Cohen, Kietzmann e Rifkin, a segunda etapa da pesquisa se deu com o estudo desses autores, e de suas obras mais importantes sobre o tema. As idéias desses autores foram analisadas, criticadas e interpretadas, aliando-se estas à observação e à vivência prática das experiências do consumo colaborativo.

1.5 Estrutura do trabalho

O trabalho está dividido em 4 capítulos, sendo o primeiro deles este, composto pelas considerações iniciais. Neste primeiro capítulo é apresentada a

problemática, definindo-se o tema e sua relevância, bem como os objetivos geral e específicos, a justificativa e a metodologia utilizada na pesquisa.

O segundo capítulo apresenta o referencial teórico, que é toda a base teórica desta pesquisa. Neste capítulo são apresentadas origem e motivação do crescimento do consumo colaborativo, são expostas as definições e visões dos principais autores do tema, e também são exemplificadas e detalhadas várias das práticas de economia compartilhada. Também nesse capítulo são descritos os benefícios da economia compartilhada para o meio ambiente e para a sociedade.

O terceiro capítulo diz respeito às conclusões e considerações a respeito das pesquisas e das reflexões realizadas. Além de levantar-se proposições e possibilidades para o desenvolvimento da economia colaborativa e para o desenvolvimento sustentável, esse capítulo apresenta possibilidades de pesquisa para futuros estudos, assim como questionamentos para a busca de respostas em breve. Já o último se trata de um resumo das considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A evolução do Consumismo

Entre algumas das definições do termo economia, uma das mais utilizadas é a de que esta se refere a uma ciência que estuda as escolhas a serem feitas diante da situação de escassez dos recursos. Seguindo justamente essa linha, Hall (2003, p.1) define a economia como “o estudo da escolha sob condições de escassez”. Por escassez, deve-se entender a limitação dos recursos em atender a uma determinada necessidade ou demanda. E o que essa pesquisa trata se relaciona justamente com as necessidades humanas, mais especificamente com o consumo humano, e com como este deve se estruturar de acordo com essa referida escassez.

Desde sua existência o homem sempre foi consumidor. Claro, nenhum ser vivo é autossuficiente, ou seja, precisa obter ao menos os seus alimentos, através da natureza. Além dos alimentos, os seres humanos historicamente precisaram retirar do meio ambiente os insumos para construir suas moradas, para confeccionar suas vestimentas, produzir suas armas de defesa e proteção, entre outras diversas finalidades. Podemos considerar o próprio ar que o ser humano sempre utilizou para respirar como um consumo (de oxigênio), e o solo onde construiu suas moradias e sobre o qual caminha e vive como o consumo da terra, do espaço. Contudo, nas primeiras civilizações o consumo praticamente se restringia à sobrevivência, isto é, a essas necessidades básicas (alimentação, moradia, proteção).

Foi somente com a 2ª Revolução Industrial, por volta dos anos 80 do século XIX, que se deu início ao que se conveniu chamar sociedade de consumo: uma sociedade caracterizada pelo consumo massivo de bens e serviços, possibilitado por uma também massiva produção. A Revolução Industrial proporcionou melhorias nas infra-estruturas viárias e nas comunicações, bem como o

desenvolvimento de maquinários mais sofisticados, permitindo tanto o aumento da produtividade e a redução dos custos marginais, como um melhor e mais eficiente escoamento de grandes quantidades de produtos. Desde então, até os dias de hoje, esse consumo massivo, que já ia muito além do atendimento às necessidades básicas dos seres humanos, só aumentou. Bauman aponta que

As interpretações comuns do comprar compulsivo como manifestação da revolução pós-moderna dos valores, a tendência a representar o vício das compras como manifestação aberta de instintos materialistas e hedonistas adormecidos, ou como produto de uma 'conspiração comercial' (...), à busca do prazer como propósito máximo da vida (...) outra parte (...) é que a compulsão – transformada – em vício de comprar é uma luta morro acima contra a incerteza aguda e enervante e contra um sentimento de insegurança, incômodo e estupidificante (BAUMAN, 2001, p.95).

Após a metade do século XX o que se viu foi a promoção e busca por conforto e lazer através do consumo. Os bens duráveis (carros, televisão, eletrodomésticos em geral) se tornaram símbolos do êxito familiar e pessoal, medidores do sucesso. Desse modo, conseqüentemente, de acordo com Lipovetsky (2007), as paixões nacionalistas e a revolução eram deixadas para segundo plano. Era o começo de uma época marcada pela popularização do consumo, ou seja, pelo aumento do poder de compra para parcelas maiores das populações; mas também pelo individualismo, pela competição, pela inveja e pelo egocentrismo. Segundo Bauman,

O consumismo é um produto social, e não o veredicto inegociável da evolução biológica. Não basta consumir para continuar vivo se você quer viver e agir de acordo com as regras do consumismo. Ele é mais, muito mais que o mero consumo. [...] Acima de tudo, o conformismo tem o significado de transformar seres humanos em consumidores e rebaixar todos os outros aspectos a um plano inferior, secundário, derivado (BAUMAN, 2011, p. 83).

É claro que esse aumento do consumo não se deu somente pelo impulso da produção de bens, de forma espontânea. Houve um desenvolvimento muito grande do marketing e da propaganda; que passaram a promover, muito além de simples produtos e serviços, um estilo de vida baseado justamente no consumo.

“Há também todo um ambiente de estimulação dos desejos, a euforia publicitária, a imagem luxuriante de férias, a sexualização dos símbolos e dos corpos” (LIPOVETSKY, 2007, p.30-31).

O próximo estágio do consumo capitalista caracterizou-se pela consolidação da obsolescência programada. A obsolescência programada é a estratégia dos produtores de desenvolver propositadamente produtos com vida útil limitada, seja pela durabilidade em si de seus materiais constituintes ou sistemas, seja através do lançamento de uma nova geração deste mesmo produto pouco tempo após o seu próprio lançamento, ou ainda, pela incompatibilidade de novos produtos complementares (softwares, adaptações, *plugs*, etc). Além dessa questão de incompatibilidade tecnológica, o simples fato de haver sido lançada uma versão mais nova – mais moderna – de um determinado produto, faz com que as pessoas queiram possuí-la, e com que a versão anterior seja desvalorizada. Segundo André Gorz,

A aceleração da obsolescência, que caminha junto da diminuição da durabilidade dos produtos e da possibilidade de repará-los, torna-se o instrumento decisivo para aumentar o volume das vendas. Ela obriga as firmas a inventar continuamente necessidades e novos desejos, a conferir às mercadorias um valor simbólico, social, erótico; a difundir uma cultura do consumo que enfatiza a individualização, a singularização, a rivalidade, a inveja (GORZ, 2010, p. 22).

Quando, por exemplo, um grande fabricante de aparelhos de telefonia móvel lança um novo telefone celular, com certeza esse equipamento não contempla todos os avanços disponíveis à empresa e nem todas as tecnologias que ela já desenvolveu; pois essa companhia guardará avanços e melhorias para um novo aparelho que deverá lançar não muito tempo depois. Dessa forma, o consumidor acaba se vendo obrigado a “atualizar” seus consumos em curtos espaços de tempo, e, assim, o que antes se tratava de bens duráveis e semiduráveis, agora passaram a ser praticamente descartáveis. As necessidades acabam sendo criadas pelas inovações e aprimoramentos, e não o contrário. Essa obsolescência, além de agravar as mazelas do consumo exacerbado, como a disparidade social e

a escassez dos recursos naturais, também cria outro grande problema ao meio ambiente, ao passo que gera um assustador aumento na quantidade de resíduos e materiais descartados, principalmente eletrônicos, que é um lixo muito complicado de ser tratado e altamente danoso à natureza. Segundo Serge Latouche,

Não só a sociedade fica condenada a não ser mais do que o instrumento ou o meio da mecânica produtiva, mas o próprio homem tende a se transformar no refugo de um sistema que visa a torná-lo inútil e a prescindir dele (LATOUCHE, 2009, p. 4-5).

Assim, nas últimas décadas chegamos ao chamado hiperconsumo, que carrega consigo a individualização, o luxo desmedido, o sentimento de carência perene, a busca por conforto, o vazio existencial. Esse hiperconsumo não poderá ser sustentado por muitos anos mais, pois os recursos naturais ainda existentes não serão capazes de suprir as demandas impostas por ele. A FAO (Organização da ONU para a Alimentação e a Agricultura) estima que o ritmo atual de consumo implicaria que em 205 seria necessário 60% a mais de comida, 50% a mais de energia e 40% a mais de água. Scorsato, Silva e Lima defendem que

Denota-se que o comportamento consumista gera devastação dos recursos naturais, pois muita matéria prima é utilizada na produção dos bens de consumo, gerando também inúmeros resíduos sólidos. Observa-se que esse modelo de sociedade não existe desde sempre, o excesso de consumo é algo recente, é algo criado (SCORSATO, SILVA e LIMA, 2016).

2.2 O consumo colaborativo como resposta ao hiperconsumo

Chegamos então em um ponto em que o consumo precisa ser reformulado, diria até revolucionado. E, na verdade, de certo modo, ele já está sendo. Entre outras formas de organização e estruturação do consumo como a reciclagem e a produção artesanal, tem ganhado força o que se chama de consumo colaborativo. O movimento de hiperconsumo tem como resposta a emergência da economia compartilhada, que parece ser um próximo estágio para reestruturar como a economia opera (COHEN e KIETZMANN, 2014).

Vamos considerar aqui consumo colaborativo no seu sentido mais amplo, isto é, toda a forma de partilha de bens, serviços, capital ou mesmo de ativos intangíveis (como o conhecimento e o tempo, por exemplo), através dos mais variados tipos de mecanismos e ferramentas. É claro que o avanço das ferramentas de comunicação nos últimos anos – em especial a Internet e as ferramentas que dela se utilizam – tem sido um grande propulsor do compartilhamento e do consumo colaborativo. As plataformas digitais, além de haverem aproximado mais as pessoas, principalmente com interesses e realidades similares, propiciaram a partilha de mídias, arquivos, idéias e conhecimentos.

Existem, na realidade, diversas maneiras de se praticar o consumo colaborativo. Um dos exemplos mais simples, porém bem marcado nos dias atuais, refere-se ao compartilhamento de mídias através da Internet (músicas, vídeos e textos). O CD cedeu espaço ao arquivo em mp3, que não ocupa espaço físico, nem arranha ou pega poeira; e, ainda mais, multiplica-se e se espalha com tamanha rapidez e facilidade. Depois de alguns anos de muita luta da indústria fonográfica contra esse tipo de prática de compartilhamento – principalmente de músicas e vídeos – elas perceberam que se tratava de uma batalha em vão, e que existiam formas de se adaptar a essa nova tendência, podendo até na verdade aproveitar-se dessa nova dinâmica.

Contudo, o consumo colaborativo vai muito além. Não se trata apenas de um mecanismo ou um sistema de ferramentas para economizar recursos, mas é sim um novo conceito, ou melhor, uma ideologia. O consumo colaborativo, em seu sentido mais completo, carrega consigo a ideologia de um estilo de vida que deixa de lado o individualismo para abraçar a coletividade, que prefere a cooperação em detrimento da competição, e que, antes de mais nada, valoriza mais o uso e o acesso que a posse e a propriedade. Para Bernard Perret,

Não haverá consumo realmente cidadão enquanto o sistema econômico como um todo não for ele próprio 'cidadão': a inovação verde em favor de

produtos responsáveis só pode provir de uma aliança entre produtores, contratos detalhados e intervenção reguladora por parte do Estado para encorajar os comportamentos virtuosos (PERRET, 2011, p. 38).

Em parte, o consumo colaborativo surge como resposta a uma necessidade, devido à escassez dos recursos e à urgência de se preservar o meio ambiente; mas, por outro lado, deve ser entendido como uma manifestação do instinto humano de se viver em grupo, de cooperar e viver coletivamente. O consumismo do último século suprimiu muito desse instinto humano de coletividade, e tornou-nos demasiadamente egocêntricos e individualistas. Conforme explica Fátima Portilho,

O sistema econômico, ao atuar em função das necessidades de mercado, produz consequências negativas para a organização da sociedade (na medida em que acaba com a solidariedade, o comunitarismo e o cooperativismo) e para o funcionamento desses sistemas ecológicos (na medida em que submete a natureza ao ritmo da exploração capitalista). Paralelamente, o cidadão é reduzido à esfera do consumo, já que consumir torna-se sinônimo de participante da esfera pública. Em lugar do cidadão forma-se um consumidor, que aceita ser chamado de cliente e usuário e aceita ser cobrado por uma espécie de obrigação moral e cívica de consumir (PORTILHO, 2005, p.37)

O ser humano é um ser cooperativo e colaborativo por natureza. Instintivamente o ser humano busca viver em coletividade como forma de sobrevivência, não sendo autossuficiente, por tanto dependente dos demais, seja para obter seu alimento, sua segurança, suas vestimentas ou moradia, à distinção de alguns outros tipos de animais que vivem de maneira individualista, por serem predadores que não podem dividir a caça. E foi justamente através dessa coletividade e vida em grupo que o homem se organizou de modo a evoluir e a criar sistemas e formas de organização, como a política, diferentemente dos demais animais. Como já dizia Aristóteles, “o homem é um animal cívico [político], mais social do que as abelhas e os outros animais que vivem juntos” (ARISTÓTELES, Política, I, I, 1253a).

Botsman e Rogers (2009) colocam 4 pontos chave para o florescimento do consumo colaborativo: preocupações ambientais; recessão global; tecnologias e redes em tempo real; crença renovada na importância da comunidade. Além disso, Botsman e Rogers (2009) também dividiram o consumo colaborativo em 3

sistemas: mercados de redistribuição; estilos de vida colaborativos; e sistemas de serviços e produtos.

Já para Rifkin (2015), a economia compartilhada é motivada por benefícios racionais, mas também emocionais. Os benefícios racionais poderiam ser relacionados com a economia de dinheiro, ganhos de tempo, praticidade e comodidade, preservação do meio ambiente e inclusão social. Por sua vez, os benefícios emocionais estariam ligados ao sentimento de utilidade (de valor), à sensação de generosidade e ao sentimento de se fazer parte de uma comunidade.

2.3 O conceito de sustentabilidade

Mas será que devemos considerar o consumo colaborativo como uma forma realmente efetiva de resolver diversas dessas questões que foram aqui descritas em relação ao sistema econômico vigente, criando uma espécie de capitalismo sustentável? Será que isso realmente é viável e será que é o consumo colaborativo a melhor maneira de se chegar a esse “bom” capitalismo? Antes de qualquer coisa, recorramos à literatura para definir o que realmente deve ser entendido por sustentabilidade, a fim de entendermos o que poderíamos considerar como um capitalismo sustentável; e então, daí em diante poderemos chegar, através de estudos de autores da área da economia compartilhada e do consumo colaborativo, a proposições em relação a quais seriam as possibilidades de se atingir esse capitalismo sustentável.

Sustentabilidade é um termo que tem sido muito recorrente nos últimos anos. E não é para menos! Chegamos em um nível de consumo humano em que muitas são as demonstrações, principalmente por parte da natureza, de que esse ritmo de exploração dos recursos naturais e da força de trabalho humana não poderá ser mantido por muito tempo. O ser humano está começando a pensar no futuro, nas próximas gerações, em relação aos recursos naturais disponíveis, e também, no que se refere aos impactos sofridos pelo meio ambiente com a produção de

energia, materiais e com as atividades econômicas de hoje e do passado. Até porque esse futuro está cada vez mais próximo. Então existe hoje em dia, principalmente propagandeada pela grande mídia, uma forte onda global em prol do desenvolvimento sustentável. Mas é importante que cheguemos a fundo na compreensão do que é realmente sustentabilidade nesse sentido, e o que seria um desenvolvimento ou uma economia sustentável, se é que de fato existe a possibilidade de ela ser sustentável. Segundo Pólita Gonçalves,

A busca de uma vida mais sustentável é a busca de uma vida mais rica de sentido e mais coerente com o fato de que vivemos num planeta finito. A cultura do supérfluo vem nos manipulando e conduzindo a humanidade ao esgotamento dos recursos naturais. Consumimos mais do que o necessário, e sem critérios (GONÇALVES, 2011, p. 66-67).

Para grande parte dos autores deste campo, a sustentabilidade é uma medida relativa. Não existe sustentabilidade absoluta; pois, de alguma forma, sempre precisaremos consumir, e esse consumo com certeza gerará algum impacto no meio em que vivemos, por menor que possa ser. A economia não deve ser considerada uma ciência à parte do meio ambiente, nem tampouco uma ciência que apenas se relaciona com ele, a economia, na realidade, está inserida no meio ambiente, e dele faz parte, de modo que não há como analisá-la sem levar em consideração a natureza e seu estudo. O ciclo de produção econômico que por muitos anos foi considerado um sistema hermético, isto é, fechado, isolado do meio externo, agora já está passando a ser considerado por alguns autores como um sistema inserido em um meio maior, e, dessa maneira, também são consideradas as interações com agentes “externos”, levando-se em conta *inputs* e *outputs*. Esses *inputs* e *outputs* podem ser interpretados, por exemplo, respectivamente, como a absorção de materiais nesse processo econômico e a eliminação de resíduos. Andrei Cechin enfatiza justamente essa impossibilidade de a economia manter-se fechada sem influenciar e/ou ser influenciada pela natureza, dizendo que

Se a economia não gera resíduos e não requer novas entradas de matéria e energia, então se trata de uma máquina de moto-perpétuo, ou seja, uma máquina capaz de produzir trabalho ininterruptamente,

consumindo a mesma energia e valendo-se dos mesmos materiais. Tal máquina seria um reciclador perfeito. Todavia, isso contradiz umas das principais leis da Física: a segunda lei da termodinâmica, a lei da entropia. (CECHIN, 2010 p. 40-41)

Não há como haver processo econômico sem que haja perdas. A produção de bens e serviços causa e sempre causará impactos na natureza; no mínimo haverá geração de resíduos ao meio ambiente e extração de materiais oriundos da natureza. A grande questão aí é que o que sai da natureza e o que entra não necessariamente representam um ciclo. Se fossemos considerar a Lei de Lavoisier, de que “na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma”, literalmente, concluiríamos que na natureza nada se perde e nem nada se cria, tudo se transforma, então, por exemplo, quando o combustível é queimado em um motor de automóvel, e o monóxido de carbono é liberado, não há perda energética, porém ocorre a transformação de energia concentrada em energia dispersa, ou seja, a utilidade da energia diminui ou mesmo deixa de existir.

Então, quando se trata de sustentabilidade, em geral, os autores referem-se a um consumo mais consciente, mais preocupado com os impactos gerados, mais comedido, de maneira que se possam preservar de alguma forma os recursos disponíveis, assim evitando ao máximo os danos gerados pela atividade humana. Dessa forma, sustentabilidade está relacionada com a manutenção de determinado sistema, em certo nível, por um certo período de tempo. Em relação à sustentabilidade sócio-econômico-ambiental, considera-se o longo prazo, nos níveis social, ambiental, econômico e energético.

Em 1987 a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, chefiada pela então primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, elaborou um documento intitulado “Nosso Futuro Comum”, mais conhecido como Relatório de Brundtland. Segundo esse documento, desenvolvimento sustentável é “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas necessidades”. Esse documento já no final da década de 80 criticava o modelo de desenvolvimento

seguido pelos países desenvolvidos e copiado pelos países em desenvolvimento, e assinalava a incoerência entre a sustentabilidade e os padrões de consumo e produção da época. Mais de 30 anos depois do Relatório de Brundtland, o consumo e a produção capitalistas estão ainda mais distantes da sustentabilidade, porém, em paralelo, apresentam-se alternativas para esse desenvolvimento mais próximo dessa sustentabilidade. O consumo colaborativo é uma real opção para que o capitalismo esteja mais de acordo com a sustentabilidade.

Então, antes de qualquer coisa, levando-se em consideração a sustentabilidade como uma característica relativa, mas altamente definidora do rumo que estamos tomando para o futuro próximo, cabe considerar se o sistema capitalista pode chegar, de alguma maneira, a essa sustentabilidade discutida. Considerando a maneira como o capitalismo se estrutura hoje, realmente nos pode parecer um pouco utópico acreditar em uma sustentabilidade. O que se observou até os dias de hoje na lógica capitalista foi a busca desenfreada pelo lucro acima de tudo e de todos, a exploração da natureza e dos seres humanos para a obtenção dos objetivos econômicos em curto prazo, movida pela ganância, pelo egocentrismo e pela sede de poder. Essas características e valores refletem uma completa negligência em relação às questões ambientais e sociais decorrentes do consumismo exacerbado, da produção altamente acelerada de bens de consumo não duráveis, do descarte irresponsável de materiais e produtos obsoletos e/ou sem utilidade no meio ambiente, da exploração desproporcional da mão-de-obra nos diversos setores produtivos da economia, e da disparidade social gerada pela posse de bens e serviços e da inclusão social condicionados ao poder aquisitivo das pessoas (aliado à má distribuição de renda em várias partes do mundo). Para Gino Giacomini Filho,

O consumismo, mais que uma desordem psicossocial, afeta o sistema ambiental na medida em que se apoia na posse e na exploração incontida de espaços e recursos finitos. Se fossem alocados todos os recursos para o atendimento das necessidades humanas, que são infinitas, o colapso ambiental será irreversível (GIACOMINI FILHO, 2008, p.18).

No entanto, em meio a tudo isso, conseguimos observar o surgimento, de forma gradativa, de práticas, correntes de pensamento e estilos de vida (e de consumo) que apontam para um caminho contrário a essa cultura da exploração - permitam-me chamá-la assim. Como algumas plantas florescem na rocha dura e aparentemente infértil, práticas econômicas e sociais inovadoras estão se desenvolvendo em plena sociedade do hiperconsumo.

2.4 As alternativas

É bem nítido o crescimento de iniciativas em prol da sustentabilidade dentro das organizações mundiais, porém, até que ponto podemos considerar essas iniciativas como realmente eficazes e verdadeiras? A maioria dessas iniciativas ainda parece um tanto quanto superficial diante do tamanho da problemática do impacto da produção e do consumo sobre o meio ambiente e sobre as populações. Existe uma necessidade de resposta por parte das grandes corporações em relação aos danos causados por suas atividades. Essa cobrança global as obriga a adotarem medidas paliativas em relação a esses danos; como uma espécie de obrigação moral diante da sociedade e do planeta. Mas essas práticas estão longe de ser a solução para um capitalismo mais sustentável. Enquanto não agirmos de forma sustentável desde o princípio do processo produtivo até o fim do ciclo de vida de um material, por exemplo, e de forma profunda e verdadeira, qualquer iniciativa será meramente uma maneira de se tentar “tapar o sol com a peneira”, ou pior, uma forma de enganar a sociedade em relação aos problemas provocados pelo sistema econômico vigente. Não adianta criar-se projetos de incentivo à sustentabilidade ou para reduzir os impactos ambientais se a atividade principal da organização continua sendo altamente exploratória e de grande impacto negativo no meio ambiente e nas comunidades.

Na realidade, muitas dessas práticas e/ou iniciativas sustentáveis por parte das grandes empresas nada mais são do que “perfumaria”, ou até mesmo estratégias

de marketing muito bem elaboradas e arquitetadas. Essas corporações buscam fortalecer suas marcas, produtos e/ou serviços no mercado através de uma maquiagem ecológica e social. Porém, por trás dessas práticas amplamente divulgadas por essas companhias, existem ainda perversas situações e relações de exploração, tanto do meio ambiente quanto da mão-de-obra. No resultado final, os danos à natureza e às comunidades seguem sendo altamente destrutivos.

Mas é claro que há dentre essas práticas sustentáveis dentro das organizações capitalistas projetos interessantes em prol da preservação do meio ambiente e das comunidades e do desenvolvimento humano. Existem sim excelentes profissionais que dedicam suas vidas a pesquisar e criar iniciativas inovadoras que permitam um desenvolvimento mais sustentável. Existem algumas empresas realmente trabalhando duro por reduzir seus impactos ao meio ambiente. Temos por exemplo a Unilever, que tem feito importantes e relevantes mudanças em seu processo produtivo, como, por exemplo, o encerramento do envio de resíduos para aterros sanitários. Mas acredito este tipo de exemplo ser ainda uma pequena parte desse todo; uma exceção dentro da regra. De modo que não vejo nessas atitudes o caminho para a sustentabilidade dentro do capitalismo. A grande esperança para uma mudança significativa e profunda vem dos modelos alternativos e inovadores de produção, aqueles que carregam, digamos, em seu “DNA” a sustentabilidade, as inovações e a mudança.

Dentro desses novos modelos de empreendimentos estão as iniciativas ligadas à economia compartilhada. O consumo colaborativo se apresentou nos últimos anos de diversas formas na economia, e parece ser uma via muito poderosa rumo à transformação da estrutura econômica vigente. A economia compartilhada é uma espécie de resposta de certo modo instintiva aos primeiros sintomas da escassez de recursos naturais e dos danos causados pelos resíduos e pela poluição à natureza, e também à disparidade social entre as classes e dificuldade de acesso a bens e serviços por parte de algumas camadas sociais.

Em paralelo a essa necessidade de lidar com a escassez de recursos cada vez mais latente e com os impactos da produção e do consumo no meio ambiente, se desenvolveu a tecnologia, e com ela as ferramentas de comunicação. Esse avanço das ciências tecnológicas, sobretudo com o advento e o desenvolvimento da Internet, proporcionou o crescimento das redes sociais, o aperfeiçoamento dos sistemas de pagamento e a quebra de diversas fronteiras no que se refere à comunicação em tempo real entre as pessoas, independente de sua localização geográfica. Essas ferramentas abriram caminho para o surgimento e desenvolvimento de sistemas virtuais de trocas e de compartilhamento, tanto de conhecimento e mídias como objetos e bens. Foi então esta combinação entre necessidade e possibilidade que fertilizou o terreno para o desenvolvimento das práticas de economia compartilhada e consumo colaborativo.

Se formos analisar bem, as práticas ditas inovadoras desta nova economia compartilhada nem são tão inovadoras assim. Na verdade, esses modelos de organização e sistemas de relacionamento são uma versão “*hi-tech*” do que ocorria em outras proporções no passado. De fato, não é de hoje que o homem está acostumado a emprestar pertences, a trocar favores, a compartilhar serviços e bens. Há muito tempo, em uma época na qual praticamente todos os moradores de um bairro se conheciam pelos respectivos nomes, era muito comum haver empréstimos de objetos, trocas de pertences e/ou serviços, compartilhamento de espaços, etc. Ou seja, o que está ocorrendo hoje em relação ao fenômeno da economia compartilhada e do consumo colaborativo é uma espécie de retorno ao tempo das trocas de mercadorias e “favores”, e empréstimos de ferramentas e objetos, possibilitados pelo desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente da Internet. A grande diferença agora é que, justamente devido a esse avanço das ferramentas de comunicação, essas relações de trocas e compartilhamento estão ocorrendo em escala global. Botsman e Rogers defendem que

Os intercâmbios online imitam os vínculos estreitos antes formados por meio de intercâmbios pessoais em aldeias e vilas, porém, em uma escala muito maior e não confinada. Em outras palavras, a tecnologia está reinventando antigas formas de confiança (BOTSMAN e ROGERS, 2009, p.13).

Quando os insumos se tornam escassos, os produtos ficam mais caros, devido à redução na oferta; com isso, o acesso a estes produtos se torna mais difícil para uma grande parte da população. Com essa dificuldade de acesso através da compra, surgem algumas alternativas, como os alugueis, os empréstimos e também as trocas. Essas alternativas tendem a ser mais adequadas às necessidades de cada indivíduo, tendo em vista que, diferentemente do que ocorre no processo de acesso tradicional através da compra, com as trocas e empréstimos os objetos e mesmo os serviços atenderão às necessidades de cada pessoa em um determinado momento específico, e após isso serão devolvidos ou trocados novamente, evitando assim, que fiquem subutilizados; pois, através dessa dinâmica, haverá uma nova troca, satisfazendo alguém que precise daquele bem em um novo momento, ou então, no caso da devolução ao detentor original do produto, haverá o seu uso por parte desse original dono, ou ele poderá emprestar (ou alugar) para outro interessado. Faz parte da lógica da economia compartilhada essa dinâmica: um produto ou serviço possui valor relativo, isto é, possui valor diferente para cada pessoa, pois seu valor está relacionado à necessidade da pessoa que nele está interessada. A idéia não é lucrar com aquele bem, mas sim aproveitá-lo para obter algum outro, de forma direta ou indireta, que vá atender à sua necessidade naquela ocasião. Refiro-me à forma indireta quando há, por exemplo, um empréstimo gratuito de determinado item, sem que haja cobrança de aluguel ou sem que algum outro bem ou serviço seja oferecido em troca. Nesse caso, considerando um ambiente de trocas e compartilhamentos mais amplo, haverá em algum outro momento a possibilidade de alguma necessidade desse membro que emprestou o item ser suprida pelo empréstimo por parte de outro membro dessa comunidade, desse ambiente. O termo “colaborativo” está justamente adequado a este tipo de dinâmica.

A título de exemplo de como a insustentabilidade do atual sistema econômico tem motivado as pessoas a se organizarem de forma “paralela” ao padrão de produção e consumo, pode ser ilustrado o caso argentino do ressurgimento dos “clubes de trocas”, principalmente na capital federal. Muitos portenhos estão deixando de ir aos mercados e centros comerciais com a mesma frequência para irem aos chamados “clubes de trocas” dos bairros, devido à inflação que afetou principalmente os produtos e serviços mais básicos, ou seja, impactando principalmente as classes menos favorecidas. Nesses clubes de trocas as pessoas levam os pertences que já não lhe farão tanta falta assim na atual situação, com a esperança de conseguirem em troca artigos que necessitam de imediato e com maior prioridade. Também são trocados serviços, como por exemplo, cortes de cabelo por parte de barbeiros, profissionais ou não, que buscam algum produto ou outro serviço em troca. A idéia é diminuir ao máximo a utilização da moeda, a qual está desvalorizada; dessa forma, o dinheiro fica reservado para o pagamento dos serviços e produtos básicos que não podem ser obtidos através desses sistemas colaborativos.

Como pode ser percebido, essa economia de trocas e compartilhamento busca minimizar a atuação do dinheiro e aproveitar ao máximo a utilização de bens e serviços que, fora dela, muitas vezes seriam subutilizados por uns e desejados por outros. Sem o consumo colaborativo, pelos meios tradicionais de aquisição de bens e serviços, a única forma de que esses bens fossem adquiridos pelos que os desejassem era pela compra; e, para que os que já não os quisessem mais usar, o único meio de se desvencilhar destes seria através do descarte.

Então, a economia compartilhada é considerada toda forma de aquisição de bens e serviços que não seja por meio do ato tradicional de compra e venda de novos produtos pelo processo econômico vigente. Não quer dizer necessariamente que não vai haver uso de dinheiro, mas que será, de alguma maneira, uma opção mais em conta, justamente por se estar pagando apenas pelo preço da sua

necessidade. No consumo colaborativo o valor está na aquisição e no acesso, e não na posse.

Podemos inserir nessa dinâmica de consumo colaborativo os websites e aplicativos de compra e venda de produtos usados, dos mais diversos tipos e aplicações. Quando falamos em sites de compra e venda de bens pela Internet, talvez um dos primeiros que venha à mente de grande parte das pessoas, principalmente dos mais jovens, seja o eBay, justamente o maior dentre todos, e um dos pioneiros nessa esfera. A filosofia do eBay é bastante abrangente: possibilitar que as pessoas negociem qualquer coisa. Isso pode ser considerado de fato bem abrangente. Entretanto existem inúmeros deles, hoje em dia.

No Brasil, talvez um dos sites de compra e venda mais populares hoje em dia seja a página da OLX, desde 2010 atuando no país, e que em 2015 se juntou ao Bom Negócio, que também tinha bastante popularidade no país. A premissa básica do eBay de possibilitar às pessoas negociar qualquer coisa, também é bem aplicável ao caso da OLX.

Em acesso às 17h54 do dia 07 de outubro de 2018, à primeira página do site da OLX, dos usuários do estado do Rio de Janeiro, entre os primeiros itens que apareciam ofertados para venda estavam, em ordem: uma taça de vidro para cappuccino, pelo valor de R\$ 5,00; um computador (CPU) de 2GB de memória RAM, com Windows 7, já “todo configurado” por \$ 150,00; um aparelho celular Moto Z Play, no valor de R\$ 900,00; um apartamento em Irajá, por R\$ 205.000,00; um tapete infantil de brinquedos, pelo custo de R\$ 70,00; uma coleção de DVDs dos Cavaleiros do Zodíaco, por R\$ 100,00; um sofá “recém reformado”, no valor de R\$ 900,00; uma camisa Hugo Boss, custando R\$ 60,00; um carro Siena Fire 8 válvulas, ano 2008, por R\$ 14.000,00; e até um terreno em Campo Grande, de 204 m², por R\$ 44.000,00. Essa grande diversidade de tipos de bens, e por diferentes valores, sendo ofertados no site, revela realmente o caráter generalista e abrangente do portal. Tudo pode ser negociada, e, em sua maioria, itens

usados, de pessoas que já não necessitam mais tanto deles, ou que precisam do dinheiro para obter outros itens mais importantes naquele momento.

Essa dinâmica do portal OLX permite que produtos que seriam descartados, ou mesmo que ficariam parados sem uso, ocupando espaço e depreciando, sejam aproveitados por outras pessoas, aumentando assim seu tempo de vida útil, e fazendo com que os compradores não precisem gastar com um material totalmente novo. Esse benefício trazido por plataformas como a OLX fez com que se reduzisse um pouco o descarte de resíduos no meio ambiente e desacelerou um pouco a indústria de produção de bens de consumo, contribuindo para a preservação de uma parte significativa de recursos naturais. Além disso, como o próprio lema da OLX (“desapega”) prega, o valor dos bens está cada vez mais no seu uso e em suas funcionalidades do que simplesmente na sua posse ou na sua marca.

2.4.1 Mobilidade urbana colaborativa

A economia colaborativa propicia então uma fuga do sistema dominado pela compra como única forma de usufruir um bem ou serviço. Inicialmente a ideia era deixar de ser necessário comprar algo que só se pretendesse usar uma ou poucas vezes. Contudo, até o que se vai utilizar com frequência está passando a ter opções colaborativas. É o caso, por exemplo, das bicicletas compartilhadas, como a proposta do Bike Itaú, que, através de parceria com o operador Tembici, disponibilizou em diversos pontos das cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Salvador, e em algumas partes do estado de Pernambuco, estações de bicicletas de uso coletivo. Essas estações oferecem bicicletas padronizadas com desbloqueio por meio de aplicativo ou cartão, mediante pagamento, para uso por até uma hora seguida (ou mais com acréscimo no valor cobrado). A motivação do sistema é justamente a colaboração e o compartilhamento, pois as bicicletas estão à disposição para uso, mas não para aquisição, ou seja, não se paga pelo produto, mas pelo serviço disponibilizado. É

como uma espécie de aluguel, porém muito mais dinâmico e automatizado, mais intuitivo e autogerido, estimulando mais as noções de compartilhamento e colaboração. O valor cobrado é, de certo modo simbólico, pois, por exemplo, no Rio de Janeiro, para utilização do sistema por um mês é cobrado o valor apenas de R\$ 10.

A idéia do Bike Itaú é aumentar a mobilidade na cidade, facilitando o deslocamento de pessoas e “desafogando” o trânsito; reduzir a poluição atmosférica, através da redução de veículos automotivos nas ruas devido à possibilidade do uso das bicicletas compartilhadas para determinados trajetos; o aumento da qualidade de vida dos cidadãos, promovido pela realização de exercício físico através dos deslocamentos pedalando; fortalecimento das noções de colaboração e sustentabilidade; e aumento da segurança, uma vez que essas bicicletas são muito menos alvo de roubo do que as bicicletas particulares, por se tratarem de modelos próprios e padronizados, muito bem identificados, dificultando inclusive o aproveitamento das peças.

Seguindo proposta semelhante no que diz respeito à mobilidade, à sustentabilidade e à colaboração, nasceram e cresceram os aplicativos de carona, capitaneados pelo famigerado Uber. A grande ironia aí é que a Uber foi originada com a proposta de ser uma empresa de táxis de luxo, e não exatamente um aplicativo de caronas. Mas ainda assim, já ela já se inseria fortemente na idéia do consumo colaborativo e da economia compartilhada, pois se tratavam de carros de luxo compartilhados, em sua maioria por executivos de grandes corporações, por exemplo, que poderiam contar com esse serviço sem precisar comprar ou alugar carros de luxo, e sem necessitar contratar diretamente um motorista específico próprio. Dessa forma, o custo do veículo e do motorista acabava sendo rateado pelos diversos usuários do aplicativo, uma das situações que caracterizam a economia colaborativa.

Com o tempo, a Uber foi crescendo e, ao mesmo tempo, se popularizando, se tornando o maior aplicativo de caronas do mundo, contando com investimentos bilionários. A Uber tornou-se então um grande exemplo de que a economia compartilhada pode sim ser muito lucrativa. Os motoristas da Uber não são funcionários da empresa, mas sim usuários do sistema, os quais utilizam-se do aplicativo para lucrar com as “caronas” que oferecem em seus carros particulares (e não da empresa) a outro tipo de usuários desse mesmo sistema: os passageiros. Esses passageiros pagam à Uber para poder usufruir das caronas oferecidas pelos motoristas. Com isso, a Uber não precisa arcar com encargos, impostos e nem se preocupar com leis trabalhistas em relação aos motoristas, o que a permitiu lucrar muito e crescer estrondosamente em seus primeiros anos.

Da mesma forma que o Bike Itaú, os aplicativos de carona, seja a Uber, o Cabify, ou mesmo o Pop da 99 Taxis também favorecem a mobilidade urbana, pois otimizam as corridas e trajetos de seus motoristas e passageiros, contando com um inteligente e moderno sistema de localização em tempo real por GPS. Além disso, eles também ajudam a reduzir a poluição, uma vez que seu uso contribui para a diminuição de veículos particulares rodando nas ruas, e também fomentam as noções de cooperativismo e colaboração entre seus usuários. Além disso, essas plataformas, por possuírem um custo mais baixo que os taxis tradicionais, acabam por promover a inclusão em sua utilização de camadas sociais que antes raramente andavam de táxi ou transportes desse gênero.

Uma interessante modalidade do aplicativo da Uber, que ilustra muito bem o que está sendo tratado aqui, em relação à otimização dos recursos através do compartilhamento é o serviço chamado Uber Pool. Essa modalidade consiste na “carona” que pode ser compartilhada com outro passageiro que esteja solicitando um carro próximo ao trajeto da viagem do passageiro inicial, e que esteja querendo ir para um destino próximo ou posterior ao do primeiro passageiro. Para que essa carona compartilhada ocorra, a quantidade máxima de tripulantes por solicitação é de duas pessoas, de modo que o carro poderá ficar ocupado por no

máximo 4 passageiros, que é o máximo permitido (em condições formais) pelos padrões de carros da Uber. Essas corridas compartilhadas proporcionam economia de combustível, pois evitam que dois carros façam um mesmo deslocamento para transportarem passageiros que podem viajar em um único veículo. Além disso, também se proporciona economia para os passageiros, uma vez que este tipo de solicitação apresenta, em geral, um custo mais baixo que as viagens convencionais, obviamente por promover a diluição do valor por mais de um usuário. Também são óbvios os benefícios para o trânsito, uma vez que é melhor termos um carro transportando 4 passageiros do que dois carros levando 2 passageiros cada um, por exemplo. Um trânsito melhor e menos congestionado significa melhoria na qualidade de vida dos habitantes de uma determinada comunidade, e também significa menos liberação de gases poluentes na atmosfera. Também vale destacar um fortalecimento nas relações humanas, através de interação maior entre as pessoas de uma determinada comunidade, coisa que vinha sendo cada vez mais suprimida nas últimas décadas, devido ao individualismo, à competição e à aceleração do ritmo de vida das pessoas das sociedades contemporânea.

Se pararmos para analisar de forma mais ideológica e até sociológica o que representa esse tipo de sistema de carona compartilhada, como o Uber Pool, poderemos perceber que há aí uma enorme afronta ao individualismo, à competição e à disputa por status que por muito tempo vigorou no sistema capitalista. Compartilhar um carro com outro passageiro, até então desconhecido, sendo conduzido pelo dono desse veículo, inicialmente também desconhecido, representa uma mudança de mentalidade muito grande em relação à idéia de poder e status que possuir um automóvel sempre havia representado. Essa nova mentalidade aponta para uma esperança em relação a um consumo mais sustentável e a um capitalismo menos danoso e agressivo.

A indústria automobilística sempre foi um dos maiores símbolos do capitalismo e do consumismo em todo o mundo. O carro particular é um dos maiores

“medidores” de status do homem, e quanto mais valioso, quanto mais caro, maior sucesso e êxito o homem que o detém demonstra perante aos demais e à sociedade. Desde a Segunda Revolução Industrial, a propaganda, os filmes, outdoors e cartazes colocaram os automóveis em uma posição de sonho de sucesso e de bem-estar. Não por acaso, mas premeditadamente, e financiados pela indústria automobilística, os filmes norte-americanos sempre colocaram os carros como símbolos de liberdade, de conquista e de bem-estar; associando sua figura aos galãs bem-sucedidos e populares, desejados pelas mulheres, e invejados e imitados pelos demais homens. Hollywood cresceu muito com o patrocínio direto e indireto das grandes corporações do país, e como um ciclo, também cresceram essas empresas com a fortíssima e imensamente influente propaganda e com a publicidade do cinema dos Estados Unidos. O capital dos grandes empresários aliou-se à grande influência do cinema e das artes para criar um ciclo de crescimento muito eficiente, que se expandiu pelo mundo graças a processo de globalização.

Assim, o automóvel, desde sua invenção, não representa apenas um veículo ou meio de transporte, mas um objeto de desejo, uma meta de vida e símbolo do sucesso. Esse fetiche e sedução despertados pelos carros fizeram com que a indústria automobilística crescesse sem freios, cada vez mais veloz e mais furiosa, demandando enormes quantidades de recursos do meio ambiente, gerando uma quantidade igualmente grande de resíduos e lixo nesse mesmo meio ambiente, e, principalmente poluindo a atmosfera com a queima de combustíveis em sua produção e com seus produtos, uma vez que um automóvel polui o ar atmosférico desde sua criação nas indústrias, e durante toda sua utilização, até o seu descarte final nos ferros-velhos. Além disso, o crescimento da indústria automobilística, relacionado, é claro, com o crescimento populacional global, promoveu grandes distúrbios nos centros urbanos, com congestionamentos nas principais vias de locomoção; aumento crescente dos tempos de percurso dos deslocamentos dos trabalhadores de casa ao trabalho, e do trabalho para a casa, devido aos engarrafamentos quilométricos; crescimento da poluição sonora e visual nas

cidades; e consequente redução da qualidade de vida nas áreas urbanas, de modo geral, em todo mundo.

Hoje, não só por questões ambientais, mas também muitas vezes por motivos de segurança, comodidade, praticidade, economia financeira ou mesmo pela impossibilidade da compra por parte de muitas pessoas, a vontade de possuir um carro tem sido deixada de lado pela necessidade de apenas locomover-se e chegar-se nos lugares, sem precisar se preocupar com localizar vaga para estacionar, sem se preocupar com a segurança do veículo, sem ter que gastar com seguro, combustível, manutenção, IPVA, vistorias, sem o ônus da depreciação, etc. Na verdade, essa mudança acaba por ser uma resposta do próprio crescimento do número de automóveis nas ruas. O status de possuir um carro não tem sido suficiente para compensar a perda da funcionalidade e da utilidade que outrora o veículo proporcionava ao seu dono; isso devido às dificuldades e necessidades que são encontradas hoje em dia ao comprar-se um carro vivendo em um grande centro urbano.

Assim, atualmente, muitos proprietários de carro, têm utilizado seu automóvel para se cadastrarem como motoristas dos aplicativos de carona, de forma a conseguir compensar, de certo modo, os gastos e perdas que acarreta possuir o veículo. Dessa forma, se torna possível manter o carro, mas de forma, digamos, compartilhada, tendo em vista que esse veículo, que antes era utilizado exclusivamente para realizar os deslocamentos da vontade e necessidade de uma única pessoa ou família: a do dono; agora passa a estar, pelo menos em determinada parte do dia ou da semana, à mercê da vontade dos usuários (passageiros) dos aplicativos de carona. Aquilo que antes representava a liberdade, o individualismo e algo muito pessoal, como era o automóvel, agora está à disposição da comunidade.

Um caso bem peculiar e um tanto quanto diferente desses aplicativos de caronas, mas que também se insere nesse câmbio de mentalidade do particular e pessoal

para o compartilhado e colaborativo, é o do novo aplicativo da Waze (empresa originária de Israel, mas que hoje pertence ao grupo Google), chamado Waze Carpool. O Waze é um aplicativo de localização via GPS de seus usuários, utilizando-se dessa localização para avaliar condições do deslocamento, principalmente em relação às vias automobilísticas, levantando informações sobre trânsito, engarrafamentos, tempo de deslocamento, melhores rotas para determinados destinos, além de informações compartilhadas de forma colaborativa por seus usuários, como ocorrências de blitz, acidentes, entre outras.

O Waze Carpool, por sua vez, utiliza-se desses dados e informações para proporcionar entre os seus usuários a possibilidade de compartilharem caronas em seus deslocamentos, em sua maioria, rotineiros. De acordo com a distância da corrida, horário e outros fatores, o aplicativo cobra um determinado valor do passageiro e paga, ao condutor, outro valor específico. O que se destaca aqui é que esse valor cobrado ao passageiro é, via de regra, muito menor que as tarifas comuns de táxi ou mesmo aplicativos de caronas mais convencionais como Uber e Cabify, sendo destinado principalmente aos gastos com combustíveis que o motorista do veículo está tendo. A carona acontece se tanto o condutor quanto o passageiro estiverem de acordo, tendo acesso prévio ao perfil um do outro. Assim, as pessoas podem filtrar esse compartilhamento de carona restringindo-o, por exemplo, apenas aos seus colegas de trabalho ou faculdade, ou mesmo vizinhos do condomínio ou da rua.

De qualquer forma, a proposta da ferramenta é otimizar os deslocamentos urbanos de motoristas particulares, reduzindo a quantidade de veículos rodando nas ruas, diminuindo consequentemente o consumo de combustível e a emissão de gases poluentes, trazendo economia para os usuários de taxis e outros tipos de transporte, e também para os motoristas particulares, que passaram a receber por promover caronas em trajetos que já iriam percorrer normalmente. É então mais uma demonstração de que os valores do individualismo, da competição e da introspecção estão abrindo espaço para a colaboração e para a economia. Assim

como no caso comentado dos clubes de trocas que estão crescendo pela cidade de Buenos Aires, o compartilhamento de caronas também é uma forma de se adaptar à dificuldade financeira e de reagir à crise, ou seja, uma resposta à situação na qual a economia atual chegou.

Existem, além dessas organizações de consumo colaborativo relacionadas a veículos, muitas outras, que estão, de certa maneira, quebrando os paradigmas do individualismo e deixando para trás o status de possuir um veículo próprio. No contexto estadunidense e europeu, ainda não tão difundido no Brasil, existem sistemas de alugueis de carros por curtos espaços de tempo (mínimo de 1 hora de aluguel), ou por deslocamentos mais curtos, e sem toda a burocracia de documentos e registros das locadoras de carros tradicionais. Uma dessas empresas é a Zipcar, que surgiu como idéia de duas mães na cidade de Cambridge, buscando empreender em algo que fosse benéfico ao meio ambiente e, ao mesmo tempo, facilitasse a vida das pessoas ao seu redor. Como uma delas tinha origem alemã, já conhecia na Europa um sistema parecido com o da Zipcar, mas o achava não muito prático e pouco eficiente. Assim, com ajuda de empréstimos de amigos, elas iniciaram a Zipcar, que desde então cresceu muito, a partir da cidade de Boston, e oferece diversos pontos de retirada de veículos pelos Estados Unidos para os cadastrados no sistema. Botsman e Rogers comentam que

Durante jantares, em vez de se vangloriarem do seu novo Prius, amigos se orgulhavam de como eles tinham abandonado totalmente seus carros ao se tornarem “zipsters” (membros de serviço de compartilhamento de carros Zipcar). (BOTSMAN e ROGERS, 2009, p. 15).

O sistema da Zipcar otimiza a utilização desses veículos, no sentido de permitir que o usuário realize apenas os deslocamentos necessários para sua locomoção, mas ainda há espaço para melhorias no sentido de torná-lo mais sustentável, como, por exemplo, incentivar de alguma forma seu uso por mais de uma pessoa, uma vez que sua disponibilização, em certo sentido, pode fazer com que os usuários optem por alugar esses carros em detrimento de utilizar o transporte

público, ou mesmo sistemas de caronas, por pura comodidade, ou mesmo por individualismo, para não precisar depender de alguma maneira de outras pessoas.

Iniciativas inspiradas em sistemas como o do Zipcar têm sido tentadas no Brasil, porém ainda há uma certa dificuldade devido principalmente aos impostos envolvidos. Porém, como o foco desse trabalho é o Brasil, vale enaltecer uma iniciativa implementada em setembro de 2016 que tem se destacado no estado do Ceará, na capital Fortaleza, chamada Vamo Fortaleza. O sistema se parece com o da Zipcar, porém traz um diferencial muito importante e de grande destaque: trata-se do aluguel de veículos elétricos. No Vamo Fortaleza, existem 12 estações espalhadas pelo município com 20 veículos 100% elétricos disponíveis, porém, é necessário realizar um agendamento prévio pelo aplicativo, e, de acordo com o tempo de uso do automóvel, será cobrado um valor de acordo com tabela pré-definida. Entre alguns dos pontos interessantes desse aplicativo a serem mencionados está o modo “carona”, que possibilita que mais de um usuário compartilhem o mesmo veículo para um trajeto em comum, ou que pelo menos algum trecho seja comum. A expectativa é que o sistema seja ampliado nos próximos meses, aumentando-se a quantidade de estações espalhadas pela cidade, e também a quantidade de automóveis disponíveis.

A empresa Serttel divulgou relatórios de 2 anos de uso do Vamo, e dentre os resultados, pode-se destacar que a maior parte dos usuários cadastrados no aplicativo são considerados jovens, ou seja, com idade entre 21 e 40 anos: 2.668 pessoas de um total de 3.823 cadastrados (aproximadamente 69,79 %). Além disso, os relatórios mostraram que grande parte das corridas realizadas pelos carros disponíveis são viagens rápidas, isto é, de menos de 1 hora: 1.871 de 3.753 (cerca de 49,85 %).

Esse projeto foi implementado pela Prefeitura de Fortaleza em parceria com a Hapvida Saúde, desenvolvido pela Secretaria Municipal de Conservação e Serviços Públicos (SCSP), mediante o Plano de Ações Imediatas de Transporte e

Trânsito (PAITT). Esse exemplo demonstra a importância das políticas públicas e do incentivo governamental em prol do desenvolvimento sustentável, incluindo-se aí as iniciativas de consumo compartilhado. O Estado pode e deve ser o motor da transformação da economia; através de leis de incentivo a programas que incentivem o consumo sustentável. No caso do Vamo, a Prefeitura de Fortaleza já concedeu, desde a implementação do projeto, duas reduções nas tarifas dos carros. A primeira redução foi de até 68%, e a segunda, de 25% para estudantes com CNH válida. É benéfico para os governos incentivar esse tipo de sistema, uma vez que melhora a qualidade de vida da população, ajuda a preservar o meio ambiente do território o qual administra, contribui para melhorias em relação à mobilidade urbana, consequentemente tornando este governo mais exitoso, mais bem-sucedido.

O Portal da Prefeitura de Fortaleza (2017) destaca alguns dos benefícios da utilização dos carros elétricos do aplicativo Vamo, divididos em 3 categorias: meio ambiente, sociedade e individual. Em relação ao meio ambiente, são citados: o incentivo à aplicação de energias limpas e renováveis e a emissão zero de gases poluentes e a poluição sonora zero. No que se refere à sociedade: a redução da quantidade de veículos circulando nas ruas, o incentivo ao sistema de caronas e a promoção do consumo colaborativo. Já individualmente, os benefícios destacados são a disponibilidade de veículos em excelente estado de conservação, e custo zero de aquisição e custo zero de manutenção. Essas duas últimas peculiaridades estão diretamente relacionadas a um dos pontos fundamentais do consumo colaborativo, que é o acesso em substituição à aquisição.

2.4.2 Hospedagem compartilhada

De forma similar ao que ocorre nos compartilhamentos de transportes, também está crescendo o fenômeno das hospedagens colaborativas. Hoje em dia, muito se fala no Airbnb, que nada mais é que uma plataforma para anúncios de meios

de hospedagem e reservas de acomodações, destinada principalmente para proprietários de imóveis e viajantes.

O que ocorre no Airbnb é um fenômeno muito interessante, que proporciona, muitas das vezes, além de um aluguel de apartamento ou casa por temporada, uma criação de vínculo de amizade, uma interação entre pessoas inicialmente desconhecidas. Isso porque, em algumas situações, ocorre que o imóvel ofertado para a hospedagem é a própria residência do proprietário, dividindo este, seu espaço com o hóspede. Isso, principalmente no Brasil, alguns anos atrás seria considerado algo absurdo, impensado. Hospedar um estranho em sua própria residência, além de perigoso e inseguro, poderia representar uma invasão de privacidade, uma violação do individualismo e da propriedade privada. Contudo, hoje em dia, ter um quarto vago, subutilizado, em casa, é visto como uma oportunidade de se fazer dinheiro, uma maneira de se diminuir as despesas, ou seja, de se compensar por possuir aquele espaço que até então não tinha função.

3. CONCLUSÕES

3.1 O surgimento de uma Economia Mista

Todas essas iniciativas e programas citados, mencionados e discutidos são exemplos de como a economia compartilhada pode ser uma ferramenta poderosa para a criação de um capitalismo mais sustentável. Alguns autores, como é o caso de Jeremy Rifkin, são bastante radicais e defendem o fim do capitalismo através do consumo e da produção colaborativos. Para Rifkin (2015), a própria evolução do capitalismo levará ele ao seu fim, em um futuro muito próximo, com a extinção de diversas profissões (grande parte das mais tradicionais) e com o fim da publicidade. É uma visão um tanto quanto utópica, se assim pode-se dizer.

Segundo Rifkin, através do desenvolvimento acelerado da Internet das Coisas (IOT), haverá a formação de um tripé poderoso formado por um sistema de comunicações, um de transportes de logística e um terceiro de energias. Na visão do autor, a produção em massa está sendo substituída pela produção das massas. Rifkin (2015) afirma que o “capitalismo perderá seu controle sobre a escassez e sua habilidade de lucrar com a dependência”, no que ele mesmo batiza como “economia da abundância”.

Contudo, ainda que se adote uma corrente tão otimista e radical quanto à de Jeremy Rifkin, alguns fatores precisariam ser levados em conta. Primeiramente, o ser humano é um ser contraditório, de dualidades; em segundo lugar, mudanças muito radicais desta forma e natureza (tanto do ponto de vista conceitual quanto tecnológico) precisam de mais tempo do que o proposto; além disso, deve-se considerar que os interesses de pequenos grupos dominantes continuam ditando muitas regras, e não lhes interessaria perder sua hegemonia (mesmo no desenvolvimento da economia colaborativa existe um domínio); por fim, determinadas regras devem ser estabelecidas e obedecidas, para que os bens comuns colaborativos funcionem.

A proposição deste trabalho, baseada nos estudos de diversos autores, e na observação de como as dinâmicas têm ocorrido na prática, direciona-nos para a criação de uma “economia mista”. Mas uma economia mista diferente do tipo que já se ouviu falar nos livros de História e Geografia. Propõe-se aqui uma economia mista entre o capital financeiro e o capital social, isto é, entre o dinheiro e a reputação. Por essa proposição, o dinheiro não sairá de circulação (talvez o papel), mas as transações financeiras continuarão existindo, porém, um elemento ainda mais importante ganhará e já está ganhando força: a reputação.

Nos mais diversos tipos e nas diferentes modalidades de consumo colaborativo, a reputação dos consumidores e ofertantes, e a confiança entre os participantes das transações têm sido fatores diferenciais. Pode-se aqui, de maneira simplificada e

bem ilustrativa, tomar-se o caso da Uber como exemplo. O aplicativo continua sendo movido pelo dinheiro obtido pelas corridas, porém, para que os motoristas consigam esse dinheiro, eles precisam ter muito boa reputação, ou seja, possuir uma boa avaliação em seu perfil, atribuída pelos usuários de seu transporte: são as famosas “estrelinhas” de avaliação da Uber; isso sem contar os comentários. Muitas vezes, em determinadas corridas, a avaliação atribuída pelos passageiros passa a ser mais importante do que o próprio valor da corrida.

3.2 A economia compartilhada no Brasil

No caso do Brasil, que é o foco desta pesquisa, ainda há uma certa dificuldade em se chegar a esse capital social de maneira sólida e concreta. Os níveis de corrupção do país, a insegurança da população e também a cultura do brasileiro talvez sejam um desafio para a consolidação dessa economia mista. Aqui, o dinheiro ainda vale bem mais que a reputação, mas isso pode ser mudado.

Da mesma forma que as revoluções industriais foram ocorridas em etapas diferentes nos diferentes países, de acordo com o capital existente em cada um, essa revolução da economia também acontecerá em ritmos diferentes em cada nação, de acordo principalmente com o nível de capital social de cada um. Os países com nível de reputação e de importância desta mais elevados tendem a sair em vantagem nesse desenvolvimento.

Entretanto, o Brasil apresenta pontos extremamente fortes e propícios para o desenvolvimento da economia compartilhada. Primeiramente, a criatividade do brasileiro, que já tem rendido excelentes iniciativas na área e que pode ainda ser mais potencializada. Além disso, o grande potencial energético do país, com a propensão para um bom desenvolvimento de energias limpas e renováveis, como o caso da energia solar e da energia eólica, principalmente na extensa região nordeste do país.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para que se desenvolva de forma sólida e bem estruturada, a economia compartilhada no país, e para que o Brasil possa se tornar um dos pioneiros neste processo, deverá haver políticas públicas que estimulem isso, que fomentem a sustentabilidade e a colaboração. A participação governamental é importantíssima para criar regras que organizem esse desenvolvimento do consumo compartilhado de maneira sadia e benéfica para a população de um modo geral, e não apenas para pequenos grupos ou camadas da sociedade. Regras precisam ser estabelecidas e incentivo às pequenas iniciativas devem ser feitos.

A grande potencialidade energética do Brasil para o desenvolvimento de energias limpas e renováveis e para sua produção e consumo de forma cooperativa e compartilhada, conforme foi falado, pode ser um bom campo de estudo para futuras pesquisas e trabalhos, talvez no ramo das engenharias ou da geografia, de forma a complementar este e outros estudos relacionados. Assim, se poderá apontar de forma mais concreta, convincente e embasada para o crescimento do Brasil como expoente do consumo colaborativo e da sustentabilidade.

Contudo, é claro que ainda existem questões - e ainda vão surgir muitas outras – que desafiam o pleno desenvolvimento das práticas e iniciativas de consumo compartilhado. Dilemas como os relacionados ao desemprego e à concentração das iniciativas e empreendimentos sob o poder de pequenos grupos são temas para futuros estudos que busquem soluções para essas situações, ou mesmo maneiras de compensar esses “efeitos colaterais”, pesando-os e considerando em que direção a economia deve seguir.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. **Política**. Brasília: Ed. UNB, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **44 Cartas do Mundo Líquido-Moderno**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CECHIN, A. D; VEIGA, J. E. “**A economia ecológica e evolucionária de Georgescu-Roege**” In: Revista de Economia Política, v. 30 n.3, 2010, p. 438-454.

COHEN, B; KIETZMANN, J. “**Ride on!** Mobility business models for the sharing economy”. In: Organization & Environment, v. 27, n. 3, 2014, 279-296.

GIACOMINI FILHO, Gino. **Meio ambiente e consumismo**. São Paulo: Ed. SENAC-São Paulo, 2008.

GONÇALVES, Pólita. **A cultura do supérfluo**: lixo e desperdício na sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

GORZ, André. **Ecológica**. Trad. de Celso Azzan Jr. São Paulo: Annablume, 2010.

HALL, R. E. **Macroeconomia**: princípios e aplicações. São Paulo: Cengage Learning, 2003.

LATOUCHE, Serge. **Pequeno Tratado do Decrescimento Sereno**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PERRET, Bernard. **O capitalismo é sustentável?** Trad. de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 2011.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

RIFKIN, J. **A terceira revolução industrial**. São Paulo: Makron Books, 2015.

_____. **Sociedade com custo marginal zero**. São Paulo: Makron Books, 2012.

SCORSATO, C. B; SILVA, C; LIMA, R. O. “A insustentabilidade do ter: hiperconsumo, resíduos e justiça ambiental”. Empório do Direito, 31.8.2016

Disponível em <http://emporiiododireito.com.br/leitura/a-insustentabilidade-do-ter-hiperconsumo-residuos-e-justica-ambiental>

Acesso realizado em 10.10.2018.

SILVEIRA, L. M; PETRINI, M.P; SANTOS, A. C. M. Z. **Economia compartilhada e consumo colaborativo**: o que estamos pesquisando? Porto Alegre: REGE, 2016.